




RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM302 Media Promosi Wirausaha

Issue/Revisi	: R3	Tanggal	: 1 Februari 2021
Mata Kuliah	: Media Promosi Wirausaha	Kode MK	: COM302
Rumpun MK	: Mata kuliah Mayor	Semester	: 5
Dosen Penyusun	: Yosaphat Danis Murtiharso, S.Sn., M.Sn	Bobot (sks)	: 3
Penyusun,	Menyetujui,	Mengesahkan,	
			
Yosaphat Danis Murtiharso, S.Sn.,M.Sn	Naurissa Biasini, S.Si, M.I.Kom	Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, MA, Ph.D	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL - PRODI
	S9 Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;
	P3 Konsep teoritis berbagai media (saluran) komunikasi, yang meliputi media cetak, media elektronik (audio/audio-visual), dan media digital;
	KU3 Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni;
	KU6 Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya.;
	KU1 Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas dan menganalisis data dengan beragam metode yang sesuai, baik yang belum maupun yang sudah baku;
	KU2 Mampu menunjukkan kinerja bermutu dan terukur;
	KU3 Mampu memecahkan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang keahlian terapan, didasarkan pada pemikiran logis, inovatif, dan bertanggung jawab atas hasilnya secara mandiri;
	KU6 Mampu melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya;
	P3 Konsep teoritis berbagai media (saluran) komunikasi, yang meliputi media cetak, media elektronik (audio/audio-visual), dan media digital

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM302 Media Promosi Wirausaha

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER	
	<p>CP-MK</p> <p>M1 Mahasiswa mampu merancang konsep program promosi wirausaha atau periklanan secara kreatif (C6)</p> <p>M2 Mahasiswa mampu memvisualkan konsep program promosi wirausaha atau periklanan yang sudah dibuat(C6)</p> <p>M3 Mahasiswa mampu mengukur keberhasilan program promosi wirausaha (C5)</p> <p>M4 Mahasiswa mampu menyelesaikan masalah promosi wirausaha atau periklanan secara mandiri terhadap permasalahan yang timbul dalam pra produksi, produksi dan paska produksi (C3)</p>
Deskripsi Singkat MK	<p>Mata kuliah ini berisi uraian dan pembahasan tentang berbagai faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan media promosi, kelebihan dan kelemahan media, jenis-jenis media yang dapat dipakai dalam aktivitas promosi, pengukuran efektivitas media dalam membangun suatu merek serta penentuan media untuk promosi, kampanye dan pemasaran sosial. Topik bahasan juga akan menjelaskan tentang permasalahan produk yang akan dipasarkan, karakteristik media dan penggunaan media yang efektif dan efisien dalam kegiatan promosi.</p>
Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Media dan Sejarah dan perkembangan periklanan 2. Iklan, Periklanan, dan Marketing 3. Fungsi, Tujuan dan dampak Promosi Wirausaha 4. Jenis-jenis iklan 5. Production Strategis 6. Asistensi 7. Problem solving Promosi Wirausaha 8. UTS 9. Etika periklanan 10. Perumusan Strategi Media 11. Konsep dan pengukuran media periklanan 12. Perilaku konsumen dan positioning dalam periklanan 13. Creative Strategy and Branding 14. Pitching and Brief 15. Production strategies 16. UAS
Pustaka	<p>Utama</p> <p>George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education</p>
	<p>Pendukung</p> <p>Moriarty Sandra, Mitchell Nancy, Wells William, (2012), Advertising and IMC Principles and Practice, Pearson</p> <p>Andrew Crane, Dirk Matten, Jeremy Moon, (2008), Corporation and Citicenzhip (Business, Value Creation and Society), Cambridge University Press</p> <p>Estaswara, (2008), Think IMC!, Gramedia Pustaka Utama</p> <p>Widyatama, Rendra (2009), Pengantar Periklanan, Buana Pustaka Indonesia</p>



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM302 Media Promosi Wirausaha

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:
	-Zoom - Powerpoint, MS Word, Excel	-Hp -Laptop -Pc komputer
Team Teaching	-	
Mata Kuliah Prasyarat	-	
Indikator, Kriteria dan Bobot Penilaian	Kehadiran (Keaktifan Mahasiswa atau QnA)	5%
	Tugas 1, Tugas 2, Tugas 3, Keaktifan	30%
	Ujian Tengah Semester	30%
	Ujian Akhir Semester	35%
Total Penilaian		100%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM302 Media Promosi Wirausaha

RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	1. Mahasiswa mampu memahami, mendeskripsikan dan menjelaskan sejarah periklanan (C2)	Kemampuan menjelaskan sejarah dan perkembangan periklanan	Kriteria: Ketepatan sejarah dalam menjelaskan perkembangan periklanan Bentuk Penilaian: Tanya jawab	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur: 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum Tugas 1: Buatlah esai 3 halaman A4 spasi 1,5 mengenai sejarah iklan dan korelasinya dengan pesan dalam pemasaran produk	-RPS -Media dan tujuannya -Kelebihan dan kekurangan media -Sejarah dan perkembangan periklanan dari waktu ke waktu George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	6
2	1. Mahasiswa mampu mengolah gagasan dalam iklan, periklanan dan marketing secara kreatif (C6)	Kreatifitas dalam mengolah gagasan awal menjadi gagasan final	Kriteria: Perbedaan antara gagasan awal dan final dan prosesnya	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur: 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum Tugas 2: Buatlah kreatif brief iklan promo program non drama yang pernah dibuat dan di publikasikan di youtube dan Instagram.	-Pengertian kreatifitas dalam iklan, periklanan dan pemasaran -Bentuk Iklan -Jenis-jenis iklan George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	6
3	1. Mahasiswa mampu memahami fungsi dan tujuan promosi serta dampak periklanan (C2)	Ketepatan naskah dengan company profile yang dibuat dengan yang dihasilkan	Kriteria: Keseserasian antara naskah dengan company profile yang dihasilkan	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom	-Fungsi Iklan -Tujuan Iklan -Dampak Iklan George E Belch, Michael A Belch, (2017),	6

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM302 Media Promosi Wirausaha

RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				<p>dan dan collabor dengan fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum <p>Tugas 3: Buatlah iklan promo program non drama yang pernah dibuat dan di publikasikan di youtube dan Instagram dengan durasi 15 detik. Promo dipublish di youtube dan Instagram.</p>	Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	
4	1. Mahasiswa memahami jenis-jenis iklan, dan mampu membuat perencanaan sampai produksi (C2)	1. Mampu bertutur dengan metode yang ditetapkan dalam periklanan	Kriteria: Kaidah-kaidah estetika dan pesan yang disampaikan dapat diterima audiens	<p>TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60"</p> <p>Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum <p>Tugas3: Buat proposal individu iklan produk 30 detik dalam bentuk video lengkap dengan RAB</p>	<p>-Jenis dan bentuk iklan -Media iklan alternative</p> <p>George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education</p>	6
5	1. Mahasiswa mampu membuat perencanaan iklan berdasarkan klien brief, memproduksi iklan dan mengemas dalam bentuk iklan kreatif (C6)	1. Hasil editing company profile sudah rapi dan memenuhi kaidah estetika	1. Kriteria: Kerapian editing company profile struktur editing feature yang benar, dan estetika dalam editing company profile	<p>TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60"</p> <p>Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum 	<p>-Teori periklanan -Teori efek minimal -Teori cutting edge -Teori ATR -Teori selective influence -Teori selective perception</p>	6

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI COM302 Media Promosi Wirausaha

RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				Tugas 4: Buat tim produksi dengan melengkapi CV masing2 tim produksi sesuai penugasannya	-Teori selective recall George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	
6	1. Mahasiswa mampu menyampaikan problematika periklanan yang diproduksinya dengan tepat untuk mendapatkan solusi (C1)	1. Mahasiswa lancar mempresentasikan karya dan menjawab pertanyaan dosen dan teman yang berhubungan dengan karya	1. Kriteria: Kelancaran presentasi Kemampuan diskusi Performa karya audio visual	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur: 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum Tugas 5: Laksanakan produksi iklan produk sesuai proposal terpilih	1. Analisa karya media promosi wirausaha George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	6
7	1. Mahasiswa mengetahui kelemahan iklan yang diproduksinya dan memperbaiki kelemahan iklan produksinya (C5)	1. Mahasiswa mampu mempresentasikan cara memperbaiki karya periklanan dan mengaplikasikannya dalam karya berikutnya	1. Kriteria: Kelancaran presentasi metode perbaikan karya company profile	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur: 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum Tugas 6: Presentasi karya iklan produk 30 detik	1. Problem solving karya company profile George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	6
8	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya					

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

COM302

Media Promosi Wirausaha

RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
						8
9	1. Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan etika dan peraturan periklanan (C2)	1. Mahasiswa mampu menerapkan pengetahuan etika periklanan dalam karya iklan	1. Kriteria: Ketepatan dalam penerapan etika iklan dalam produksi media deskriptif periklanan	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur: 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum Tugas 7: Buatlah esai 3 halaman A4 spasi 1,5 mengenai etika periklanan di Indonesia	- Etika periklanan -Periklanan dan kebenaran -Manipulasi dalam periklanan -Iklan etis dan tidak etis -Menumbuhkan etika beriklan George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	6
10	1. Mahasiswa mampu merumuskan strategi yang digunakan dalam merancang iklan yang kuat dalam mempengaruhi audiens sesuai tujuan yang ditentukan (C2)	1. Penjelasan deskriptif dan penerapan strategi media dalam perancangan iklan persuasi 2. Pesan iklan yang dibuat dapat diingat kuat oleh penonton	1. Pembeda dengan cerita yang pernah ada 2. Keunikan plot cerita 3. Dampak kuat terhadap audiens	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur: 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum Tugas 8: Buat proposal individu company profie cetak lengkap dengan RAB	-Perumusan strategi media -Fungsi strategi kreatif -Elemen strategis periklanan George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	6
11	1. Mahasiswa mampu merencanakan kampanye perhitungan matang dan mengukur keberhasilan periklanan (C6)	1. Memahami rating, share dan indicator periklanan lainnya 2. Mampu mengukur keberhasilan iklan yang terintegrasi dengan marketing	1. Ketepatan penempatan iklan 2. Keberhasilan kampanye dari iklan terintegrasi marketing	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom	-Konsep pengukuran media periklanan -Jangkauan iklan -Rating	6

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

COM302

Media Promosi Wirausaha

RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				<p>dan dan collabor dengan fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum <p>Tugas 9: Lakukan riset marketing terukur untuk company profile</p>	<p>-Share -Frekuensi Iklan -HUT dan PUT -GRPs -CPM -CPRP</p> <p>George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education</p>	
12	1. Mahasiswa mampu menganalisa konsumen untuk melakukan kampanye periklanan sesuai target pasar (C4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mampu merubah posisi produk dan bisnis klien menjadi lebih baik dan tumbuh pesat 2. Mampu mengantisipasi dampak yang ditimbulkan positioning iklan yang dibuat 3. Pesan menarik perhatian audiens 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Metode merubah positioning produk dan bisnis 2. Kemasan pesan dalam iklan untuk positioning produk dan bisnis 	<p>TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60"</p> <p>Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum <p>Tugas 10: Buat rancangan disain company profile</p>	<p>-Perilaku konsumen untuk membidik pasar -Perilaku konsumen terhadap barang/jasa -Segmentasi konsumen -Target konsumen -AIDA</p> <p>George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education</p>	6
13	1. Mahasiswa mampu menganalisa dan merancang strategi brand dalam bentuk iklan (C4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan data pendukung untuk analisa brand 2. Akurasi data 3. Keunikan gagasan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan penyampaian data pendukung analisa brand 2. Pendalaman dan pemahaman atas iklan branding yang akan dibuat 	<p>TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60"</p> <p>Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 	<p>1. Creative strategy and Branding</p> <p>George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing</p>	6

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

COM302

Media Promosi Wirausaha

RANCANGAN PEMBELAJARAN SEMESTER

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran (Estimasi Waktu)	Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				5. Forum Tugas 11: Presentasi company profile	Communications Perspective McGraw-Hill Education	
14	1. Mahasiswa mampu membuat kampanye periklanan dan mempresentasikannya kepada klien (C6)	1. Kemampuan presentasi 2. Kejelasan data 3. Penguasaan permasalahan dalam iklan branding 4. Kemampuan meyakinkan klien	1. Kemampuan mempertahankan karya iklan branding 2. Kemampuan antisipasi dampak sosial dari iklan branding	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur: 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum Tugas 12: Presentasi company profile	-Pitching and brief -Jenis-jenis brief -Point-point creative brief George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	6
15	1. Mahasiswa mampu mempertanggungjawabkan karya produksi iklan kepada klien dan atau audiens (C5)	Mahasiswa mampu mempresentasikan cara memperbaiki karya periklanan dan mengaplikasikannya dalam karya berikutnya	1. Kriteria: Kelancaran presentasi metode perbaikan karya company profile	TM: 3x50" BT: 3x60" BM: 3x60" Kuliah online via aplikasi zoom dan dan collabor dengan fitur: 1. File 2. Presensi 3. Attendance 4. URL 5. Forum Tugas: Presentasi company profile	1. Production strategies Company profile George E Belch, Michael A Belch, (2017), Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communications Perspective McGraw-Hill Education	6
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa					8



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
COM302
Media Promosi Wirausaha**